ATTESTATION DE PUBLICATION

Akofena n°21, Vol.5 | Soumission : 30-05-2026 | Évaluation : 31-07-2026 | Publication : 30-09-2026

LE NUMERIQUE COMME LEVIER DE RAYONNEMENT DE LA DIPLOMATIE CULTURELLE TOGOLAISE : PERCEPTIONS DES ACTEURS, FONCTIONNALITES DU HUB DIGITAL ET VALORISATION DU PATRIMOINE CULTUREL

Essohanam Mbou PASSOU
IRES-RDEC[1] – Togo
ORCID iD: 0009-0007-4472-1466
charlpass@gmail.com
&
Ismaïlou TCHACORICO
Université de Lomé – Togo
ORCID iD: 0009-0006-4456-4977
tchacoricoismailou@gmail.com

Résumé : Ce papier traite des stratégies susceptibles de renforcer la visibilité et l'attractivité de la diplomatie culturelle togolaise sur la scène internationale. Il analyse la pertinence du numérique comme instrument de promotion de l'art et du patrimoine culturel togolais. Pour ce faire, l'étude s'est appuyée sur une méthodologie mixte combinant l'administration de questionnaires et entretiens individuels auprès d'acteurs culturels et diplomatiques, le tout complété par une documentation rigoureuse. Les résultats obtenus montrent que la création d'un hub digital constitue la stratégie prioritairement plébiscitée par les enquêtés, vient ensuite l'organisation d'événements culturels et la création d'un office national de diffusion artistique. Le hub digital est perçu comme un outil permettant de promouvoir le patrimoine culturel à l'international, de faciliter l'accès aux œuvres et au patrimoine et de valoriser la dimension économique de la culture. Les éléments patrimoniaux jugés prioritaires à promouvoir sont les sites culturels et touristiques, les danses traditionnelles, les fêtes culturelles ainsi que les foires et festivals. L'étude conclut ainsi que la digitalisation de l'offre culturelle constitue un levier stratégique de visibilité, d'attractivité et de rayonnement international du Togo.

Revue Scientifique des Sciences du Langage, Lettres, Langues & Communication

Mots-clés : Diplomatie culturelle ; Hub digital ; TIC ; Rayonnement ; Togo

DIGITAL TECHNOLOGY AS A LEVER FOR ENHANCING THE VISIBILITY OF TOGOLESE CULTURAL DIPLOMACY : STAKEHOLDERS' PERCEPTIONS, DIGITAL HUB FUNCTIONALITIES, AND CULTURAL HERITAGE PROMOTION

Abstract : This paper examines strategies likely to enhance the visibility and attractiveness of Togolese cultural diplomacy on the international stage. It analyzes the relevance of digital technology as a tool for promoting Togolese art and cultural heritage. To this end, the study adopted a mixed-methods approach, combining questionnaires and individual interviews with cultural and diplomatic stakeholders, supplemented by a rigorous review of relevant documentation. The findings show that the creation of a digital hub is the strategy most strongly endorsed by the respondents, followed by the organization of cultural events and the establishment of a national office for artistic promotion and dissemination. The digital hub is perceived as a tool for promoting cultural heritage internationally, facilitating access to artistic works and heritage, and enhancing the economic dimension of culture. The heritage elements considered

[1] Institut Régional d'Enseignement Supérieur et de Recherche en Développement Culturel : https://iresrdec.org/public/

priorities for promotion include cultural and tourist sites, traditional dances, cultural celebrations, as well as fairs and festivals. The study therefore concludes that the digitalization of cultural offerings constitutes a strategic lever for enhancing Togo's visibility, attractiveness, and international influence.

Keywords : Cultural diplomacy ; Digital hub ; ICTs ; International outreach ; Togo.

Introduction

Dans un contexte international marqué par l'intensification des circulations culturelles, l'accélération des échanges informationnels et la transformation numérique des pratiques sociales, la visibilité internationale des États ne dépend plus exclusivement de leurs capacités économiques, militaires ou institutionnelles. Elle se construit également à travers leur aptitude à produire, mettre en récit et diffuser des représentations attractives de leur territoire, de leur culture, de leur patrimoine et de leurs valeurs (Tchacorico *et al.* 2025 ; Passou *et al.* 2025). Cette évolution renvoie à la montée en puissance du *soft power*, notion forgée par Joseph S. Nye pour désigner la capacité d'un acteur à obtenir ce qu'il souhaite non par la contrainte ou la rémunération, mais par l'attraction et la persuasion. Dans cette perspective, la culture constitue l'une des principales ressources du pouvoir d'attraction des États, dès lors qu'elle contribue à façonner des perceptions positives et à créer des dispositions favorables à leur égard (Nye, 2004). La diplomatie culturelle apparaît ainsi comme un espace privilégié de projection symbolique, de dialogue et de construction de relations avec les sociétés étrangères. Elle ne se réduit cependant plus aux dispositifs institutionnels classiques que sont les centres culturels, les manifestations artistiques, les échanges universitaires ou les accords de coopération : l'essor des technologies numériques et des réseaux socionumériques transforme profondément les modalités de production, de circulation et de réception des contenus culturels. Cette transformation s'inscrit dans le renouvellement plus général de la diplomatie publique. Melissen (2005) montre en effet que celle-ci s'éloigne progressivement d'une conception centrée sur la transmission unidirectionnelle d'un message étatique pour accorder une place croissante à la communication, aux réseaux, aux sociétés civiles et à l'interaction avec les publics étrangers. Cull (2009), de son côté, met en évidence plusieurs dimensions constitutives de la diplomatie publique, parmi lesquelles l'écoute, la défense d'une cause, la diplomatie culturelle, les échanges et la diffusion internationale de l'information. Dans cette nouvelle configuration, l'espace numérique ne constitue donc pas seulement un support supplémentaire de communication : il devient un espace diplomatique à part entière, dans lequel les États peuvent construire leur présence, développer leur visibilité, mettre en scène leur identité et entrer en interaction avec des publics dispersés à travers le monde.

Les récents travaux sur la diplomatie numérique confirme cette mutation. Manor (2019) considère la numérisation comme un processus de long terme qui transforme les institutions, les pratiques, les normes et les objectifs de la diplomatie publique plutôt qu'un simple transfert des activités diplomatiques traditionnelles vers Internet. Bjola et Manor (2024) soulignent, quant à eux, que les technologies numériques bouleversent les normes et les logiques traditionnelles de l'action diplomatique, en imposant notamment de nouvelles

Revue Scientifique des Sciences du Langage, Lettres, Langues & Communication

 ISSN-L 2706-6312/ E-ISSN 2708-0633 CC BY 4.0

formes de communication fondées sur la simplicité visuelle, la mise en récit émotionnelle, la personnalisation et l'engagement des publics. De même, Manor et Pamment (2019) montrent que l'environnement numérique peut offrir aux acteurs disposant de ressources matérielles limitées des possibilités nouvelles de compenser certains déficits de prestige et d'accroître leur présence dans les réseaux diplomatiques internationaux. Ces analyses invitent ainsi à dépasser une conception strictement techniciste du numérique : la question centrale n'est pas seulement de savoir si un État est présent sur Internet, mais de déterminer comment il transforme cette présence en visibilité, en reconnaissance, en attractivité et, éventuellement, en influence.

C'est dans cette perspective que s'inscrit la présente étude consacrée aux stratégies de renforcement de la visibilité de la diplomatie culturelle togolaise. Les résultats de notre étude réalisée en 2023 auprès des acteurs concernés révèlent une hiérarchisation des initiatives à même de renforcer le rayonnement culturel du Togo à l'échelle internationale. La création d'un hub digital arrive en tête des propositions avec 83,1 % de réponses favorables, ensuite vient l'organisation d'événements culturels au Togo et à l'étranger (71,2 %), puis vient la création d'un office national de diffusion artistique (68,8 %), la promotion de l'offre éducative des universités (56,6 %), la création d'une maison culturelle (55,9 %) et enfin la négociation d'accords intergouvernementaux dans les domaines de la culture et de l'éducation (53,8 %). Ces résultats sont particulièrement révélateurs : ils montrent que, dans les représentations des enquêtés, la visibilité internationale de la culture togolaise tend désormais à être pensée à partir d'une articulation entre dispositifs institutionnels classiques et dispositifs numériques. Le numérique apparaît dès lors comme un possible levier de rattrapage, de démocratisation de l'accès au patrimoine et de réduction des asymétries de visibilité qui affectent les petits États sur la scène internationale.

Cependant, considérer le hub digital comme le principal instrument de visibilité ne saurait conduire à une lecture déterministe de la technologie. La présence numérique ne produit pas automatiquement de l'attractivité, de la reconnaissance ou de l'influence. Les travaux contemporains sur la diplomatie numérique montrent précisément que les effets des technologies dépendent des ressources institutionnelles, des objectifs poursuivis, des pratiques professionnelles, des publics visés et des conditions sociales dans lesquelles elles sont appropriées. Manor (2026), à partir d'une revue extensive des recherches sur la diplomatie numérique, insiste ainsi sur le fait que l'adoption des technologies par les acteurs diplomatiques est déterminée par un ensemble de facteurs institutionnels, sociaux et économiques et non par les seules potentialités techniques des outils. Dès lors, le problème scientifique posé par les résultats de cette enquête dépasse la simple question de la création d'une plateforme numérique. Il conduit à interroger les conditions dans lesquelles un tel dispositif peut devenir un véritable instrument de diplomatie culturelle.

Cette interrogation est d'autant plus importante que le numérique transforme simultanément les modalités de diffusion de la culture et les rapports entre producteurs, médiateurs et publics. Les réseaux sociaux permettent aux institutions, aux artistes, aux acteurs touristiques et aux citoyens de participer à la production et à la circulation des représentations culturelles. Ils rendent également possible une interaction directe avec les diasporas, les publics étrangers et les communautés transnationales. Dans cette perspective,

Revue Scientifique des Sciences du Langage, Lettres, Langues & Communication

le hub digital proposé peut être envisagé comme un espace de médiation dans lequel se rencontrent patrimoine matériel et immatériel, création artistique, tourisme, économie culturelle, éducation, identité et communication internationale. Les nouvelles technologies favorisent le passage d'une diplomatie culturelle principalement institutionnelle vers des formes plus participatives et réticulaires, dans lesquelles les citoyens et les publics étrangers peuvent eux-mêmes contribuer à la circulation des contenus culturels. Cette évolution est également cohérente avec l'analyse de la diplomatie numérique comme espace de projection des images et des identités nationales.

À partir de ces considérations, plusieurs interrogations structurent l'analyse : comment les technologies numériques peuvent-elles contribuer simultanément à la promotion des arts, du patrimoine, du tourisme et de l'économie culturelle ? Quels éléments du patrimoine togolais se prêtent le mieux à cette mise en visibilité internationale et selon quelles modalités de représentation ? A travers ce questionnement, la problématique centrale de cette étude peut ainsi être formulée de la manière suivante : dans quelle mesure le hub digital peut-il constituer un instrument de transformation de la visibilité culturelle du Togo en véritable ressource de diplomatie culturelle sur la scène internationale ? Cette problématique conduit à dépasser l'opposition entre une lecture technophile, qui ferait du numérique une solution automatique au déficit de visibilité, et une lecture institutionnaliste qui limiterait la diplomatie culturelle aux dispositifs étatiques traditionnels. Elle invite plutôt à analyser le hub digital comme un dispositif sociotechnique et diplomatique dont l'efficacité dépend de la capacité des acteurs togolais à articuler technologies numériques, production culturelle, patrimoine, stratégie de communication, participation des publics et objectifs de politique étrangère.

Dans cette perspective, notre argumentaire s'organisera en trois temps complémentaires. Il s'agira d'abord pour nous d'examiner les représentations et les attentes des acteurs à l'égard du hub digital, afin de comprendre pourquoi celui-ci est considéré comme une priorité pour le renforcement de la visibilité de la diplomatie culturelle togolaise. Nous analyserons ensuite les fonctions attribuées au hub digital, notamment en matière de promotion des arts et de la culture, de valorisation du patrimoine, d'accessibilité des œuvres, de développement de l'économie culturelle et d'expression des identités. Enfin, nous tenterons de montrer comment ces différentes fonctionnalités peuvent être mobilisées pour assurer la mise en visibilité internationale du patrimoine culturel togolais, en accordant une attention particulière aux sites culturels et touristiques, aux danses traditionnelles et folkloriques, aux fêtes culturelles, ainsi qu'aux foires et festivals. L'objectif sera ainsi de passer de la perception du numérique comme simple outil de communication à son analyse comme infrastructure potentielle de visibilité, d'attractivité et d'action diplomatique culturelle du Togo.

Revue Scientifique des Sciences du Langage, Lettres, Langues & Communication

1. Méthodologie

Les résultats présentés dans ce papier ont été obtenus à partir d'une démarche méthodologique mixte articulant des données quantitatives et qualitatives, dans une perspective de triangulation des informations recueillies auprès des différents acteurs de la diplomatie culturelle togolaise. De notre point de vue, cette approche s'était indiquée la plus

ISSN-L 2706-6312/ E-ISSN 2708-0633 CC BY 4.0

appropriée de par la nature même de notre objet d'étude qui porte à la fois sur la mesure des perceptions des acteurs concernant les stratégies susceptibles de renforcer la visibilité de la diplomatie culturelle togolaise et sur la compréhension des significations, des représentations et des arguments qu'ils mobilisent pour justifier leurs positions. L'approche quantitative a ainsi permis de mesurer leur degré d'adhésion aux différentes stratégies proposées, tandis que l'approche qualitative a permis d'aller au-delà de la simple mesure statistique afin de comprendre leurs logiques sociales, professionnelles et institutionnelles qui sous-tendent leurs opinions. Dans le cadre de l'enquête quantitative, un questionnaire a été administré auprès des participants[2] à l'étude. Les questions portaient notamment sur les différentes actions susceptibles de contribuer au renforcement de la visibilité de la diplomatie culturelle togolaise, sur la pertinence de la création d'un hub digital, sur les fonctionnalités que celui-ci pourrait assurer ainsi que sur les composantes du patrimoine culturel devant être prioritairement valorisées à travers cet outil. Les données recueillies ont été traitées sous la forme de fréquences et de pourcentages, permettant d'établir un classement des différentes propositions en fonction du niveau d'adhésion des répondants. C'est cette procédure qui a notamment permis d'identifier la création d'un hub digital comme la stratégie recueillant le niveau d'approbation le plus élevé, avec 83,1 % des réponses favorables, devant l'organisation d'évènements culturels au Togo et à l'étranger avec 71,2 %, la création d'un office national de diffusion artistique avec 68,8 %, la promotion de l'offre éducationnelle des universités avec 56,6 %, la création d'une maison culturelle avec 55,9 % et la négociation d'accords intergouvernementaux dans les domaines de la culture et de l'éducation avec 53,8 %. Ces résultats ne constituent donc pas de simples appréciations subjectives : ils résultent du traitement statistique des réponses effectivement recueillies auprès des personnes interrogées.

L'enquête quantitative a également permis de mesurer la perception des différentes fonctions susceptibles d'être attribuées au hub digital. Les répondants ont été invités à se prononcer sur plusieurs dimensions de son utilité dans le cadre de la diplomatie culturelle, notamment la promotion de l'art et de la culture, la valorisation du patrimoine culturel à l'international, l'accessibilité des œuvres et du patrimoine, la promotion de la dimension économique de la culture ainsi que l'expression de la créativité et la construction identitaire. Les pourcentages obtenus ont permis de hiérarchiser ces différentes fonctions et de mettre en évidence, par exemple, que 82,5 % des enquêtés considèrent que le hub digital pourrait contribuer à la promotion internationale du patrimoine culturel, 73,6 % estiment qu'il pourrait faciliter l'accès aux œuvres et au patrimoine culturel, 72,2 % lui reconnaissent une fonction de promotion de la dimension économique de la culture, 68,8 % soulignent son intérêt pour la promotion de l'art et de la culture et 43,8 % considèrent qu'il pourrait favoriser l'expression de la créativité et la construction identitaire. La même procédure quantitative a été appliquée à l'identification des éléments du patrimoine culturel que les répondants jugent prioritaires pour une promotion numérique. Les sites culturels et touristiques arrivent ainsi en première position avec 92,1 % des réponses, suivis des danses

[2] Au total, nous enregistrons environ 70 participants à cette étude.

traditionnelles et folkloriques avec 87,7 %, des fêtes culturelles avec 76,2 % et des foires et festivals culturels avec 71,4 %.

Toutefois, la seule production de données statistiques ne permettait pas de saisir suffisamment les significations attribuées par les acteurs à ces différentes stratégies. C'est pourquoi l'enquête quantitative a été complétée par une enquête qualitative fondée sur des entretiens individuels réalisés auprès d'acteurs directement ou indirectement concernés par la diplomatie culturelle togolaise. Le choix de cette technique répond à la volonté de recueillir la parole des acteurs eux-mêmes et de comprendre la manière dont ils interprètent les transformations du champ culturel, les enjeux de visibilité internationale et les possibilités offertes par les technologies numériques. Les personnes interrogées comprennent notamment des cadres du secteur culturel, des diplomates et d'anciens diplomates ou ambassadeurs. Cette diversité des profils a permis de croiser des regards issus de positions professionnelles différentes et d'éviter que l'interprétation du phénomène repose sur une seule catégorie d'acteurs.

Les entretiens ont notamment porté sur la pertinence du projet de création d'un hub digital et sur sa contribution potentielle au rayonnement international de la culture togolaise. L'analyse des discours recueillis a fait apparaître une convergence remarquable des perceptions : les personnes interrogées considèrent majoritairement le projet comme pertinent, nécessaire et adapté aux transformations contemporaines des modes de circulation de l'information et des biens culturels. Les propos d'un cadre culturel du ministère de la Culture, d'un ancien diplomate et de plusieurs anciens ambassadeurs permettent ainsi de comprendre pourquoi le hub digital bénéficie d'un niveau élevé d'adhésion dans les données quantitatives. Les acteurs interrogés insistent notamment sur l'importance croissante des technologies numériques, la nécessité de rendre l'offre culturelle togolaise accessible au-delà des frontières nationales, l'interconnexion des représentations diplomatiques et consulaires et la possibilité de réduire le déficit de visibilité internationale du Togo par une meilleure utilisation des outils numériques. Les entretiens ont ainsi joué dans cette étude, une fonction interprétative essentielle : ils ont permis de passer du « combien » au « pourquoi », c'est-à-dire des proportions statistiques aux logiques et aux représentations qui expliquent ces proportions.

Revue Scientifique des Sciences du Langage
Lettres, Langues & Communication

La méthodologie retenue a reposé par conséquent sur une logique de complémentarité entre les deux registres de données. Les résultats quantitatifs ont permis d'identifier les tendances générales, de mesurer le niveau d'adhésion des répondants et de hiérarchiser les stratégies proposées, alors que les données qualitatives ont permis d'expliquer ces tendances, d'en restituer les nuances et d'identifier les significations que les acteurs attribuent aux différentes stratégies de diplomatie culturelle. Ainsi, le taux élevé d'adhésion à la création d'un hub digital est conforté par les discours des diplomates et des acteurs culturels qui présentent le numérique comme un instrument désormais incontournable de visibilité, de diffusion et d'accessibilité de la culture. À l'inverse, les éventuelles divergences entre données quantitatives et données qualitatives peuvent être considérées comme des éléments heuristiques permettant d'interroger les écarts entre les représentations générales et les expériences particulières des acteurs. Cette démarche de triangulation a également été renforcée par une analyse documentaire destinée à confronter

 ISSN-L 2706-6312/ E-ISSN 2708-0633 CC BY 4.0

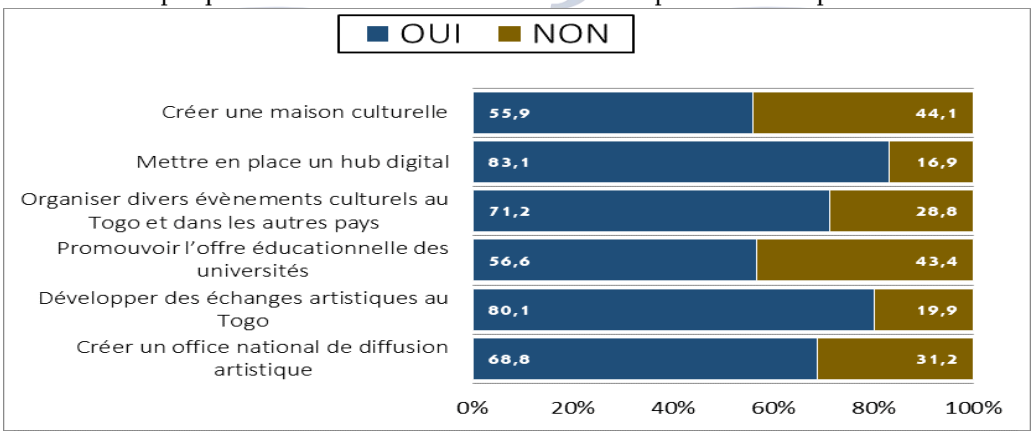
les résultats du terrain aux connaissances déjà produites sur les rapports entre culture, technologies de l'information et communication, patrimoine et diplomatie culturelle. Les résultats empiriques ont notamment été mis en perspective avec les travaux consacrés au rôle des TIC dans la promotion culturelle et l'accès aux biens culturels, ainsi qu'avec les documents institutionnels et les publications d'organisations internationales. La confrontation avec ces sources secondaires permet de situer les observations réalisées au Togo dans un cadre plus large et de vérifier dans quelle mesure les tendances observées sur le terrain rejoignent ou nuancent les conclusions établies dans d'autres contextes nationaux. L'utilisation de la littérature scientifique et des documents institutionnels n'a donc pas servi à produire directement les résultats de l'enquête, mais à les contextualiser, à les discuter et à en apprécier la portée.

2. Résultats et discussions

2.1. Regards croisés des acteurs sur les stratégies de renforcement de la visibilité de la diplomatie culturelle

Le renforcement de la visibilité de la diplomatie culturelle togolaise sur la scène internationale repose sur un certain nombre de modèles d'actions évoqués par les enquêtés. Le graphique ci-dessous présente les données obtenues par le truchement du questionnaire et permet de visualiser ces modèles d'action standards. Il contient donc les proportions des réponses positives à la question sur les stratégies à privilégier pour le rayonnement de la diplomatie culturelle togolaise.

Graphique 1 : Classement des actions à mener par ordre d'importance



Source : Essohanam Mbou PASSOU et Ismaïlou TCHACORICO, données de terrain, 2023.

À la lumière des données de ce graphique, il apparaît par ordre d'importance en termes de pourcentage de validation que les actions à mener pour le renforcement de la visibilité de la diplomatie culturelle togolaise sont : la mise en place un hub digital (83,1%), l'organisation de divers évènements culturels au Togo et dans les autres pays (71,2 %), création d'un office national de diffusion artistique (68,8 %), la promotion de l'offre éducationnelle des universités (56,6 %), la création d'une maison culturelle (55,9 %) et la négociation des accords intergouvernementaux dans les domaines de la culture et de

l'éducation (53,8 %). En somme, les répondants ont approuvé à une très forte majorité la mise en place d'un hub digital. Ce modèle d'action à mener paraît très pertinent et adapté pour les répondants. En tant que telle, il constitue l'élément moteur de renforcement de la visibilité de la diplomatie culturelle du Togo sur la scène internationale. À cet égard, il importe de relever l'importance du hub digital dans la visibilité de la diplomatie culturelle.

-Importance du hub digital dans le domaine de la diplomatie culturelle

Dans le cadre de cette recherche, le hub digital désigne une plateforme fondée sur le digital pour un ensemble d'activités complémentaires, y compris les entreprises commerciales, le secteur public et les organisations communautaires. Celle-ci exploite et utilise les données provenant du web, des appareils mobiles, des réseaux sociaux comme Facebook, WhatsApp, TikTok, YouTube, Twitter, Telegram, etc. et d'autres canaux digitaux. Pour cela, les expressions TIC, Internet et réseaux sociaux seront utilisés indifféremment pour désigner le hub digital. L'objectif visé à ce niveau est de présenter la contribution du hub digital ou des réseaux sociaux à la visibilité de la diplomatie culturelle, selon les enquêtés. Pour ce faire, il s'avère nécessaire d'exposer d'abord la perception des répondants.

-Perception du projet de création d'un Hub digital pour la visibilité de la diplomatie culturelle par les répondants

Au cours des entretiens individuels, les répondants ont été invités à donner leurs points de vue sur la stratégie de création d'un hub digital qu'ils jugent pertinent et adapté. L'examen de leurs réponses met en évidence une bonne perception du projet puisque la quasi-totalité des répondants a souligné unanimement que ce projet est pertinent. Les propos suivants permettent d'ailleurs de situer cette perception.

> « Je trouve que le projet de création du hub digital est bon, car nous connaissons tous l'importance du digital aujourd'hui. Ce serait bien, s'il prend en compte toutes les spécificités culturelles du pays. Il doit aussi faire la promotion de ce hub dès qu'il sera mis en place pour qu'il soit connu et visité pour le bien du secteur culturel togolais. Ailleurs, les gens visitent les musées depuis leur portable et ordinateur » (Cadre culturel au MC, Lomé).
>
> « Pour moi, le projet du candidat est très pertinent. Nous sommes à l'heure des TICs, donc mettre le digital au service de la diplomatie culturelle togolaise est une très bonne chose » (Propos d'un ancien diplomate du Togo, Lomé).
>
> « Aujourd'hui, le Togo peut rattraper son retard sur le plan de la diplomatie culturelle en optant pour la digitalisation de son offre culturelle. Sur ce, je trouve que votre projet est très pertinent et nécessaire pour le décollage culturel du Togo. Je souhaite vivement voir ce projet se concrétiser dans les mois à venir » (Propos d'un ancien ambassadeur du Togo, Lomé).
>
> « Le projet est très pertinent et à encourager, car il est nécessaire que toutes les représentations diplomatiques et consulaires du Togo soient interconnectées pour porter plus haut la diplomatie culturelle togolaise » (Propos d'un ancien diplomate du Togo, Lomé).

Akofena Revue Scientifique des Sciences du Langage Lettres, Langues & Communication

 ISSN-L 2706-6312/ E-ISSN 2708-0633 CC BY 4.0

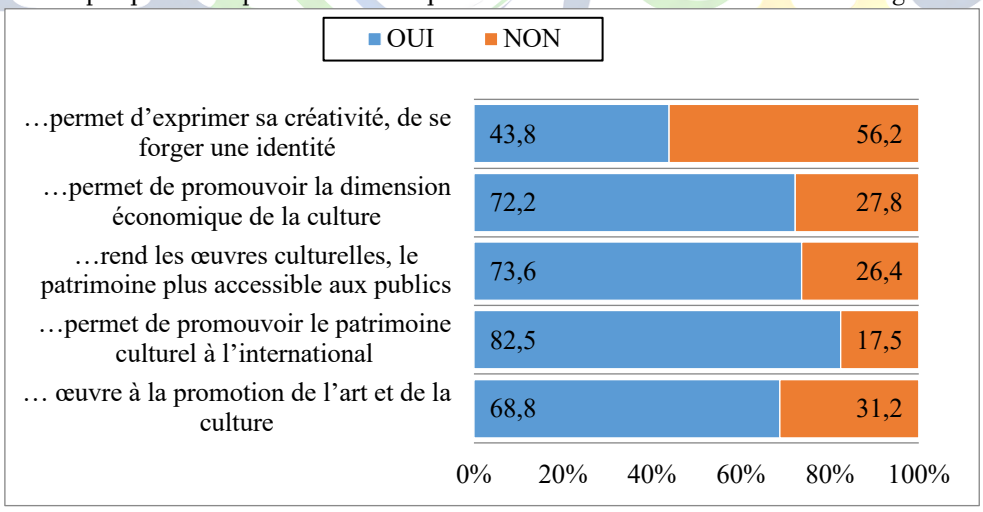
« Je souhaite un aboutissement heureux au projet culturel de création d'un hub digital que je trouve très pertinent pour donner de la visibilité à la culture togolaise » (Propos d'un ancien diplomate du Togo, Lomé).

De ces propos ci-dessus, l'on peut déduire que la création d'un hub digital, selon les répondants, est une exigence incontournable du temps actuel marquée par le développement des TICs qui constituent le canal le plus efficace. Il est utilisé partout dans le monde pour rendre visible la diplomatie culturelle. Pour être culturellement attractif, le Togo doit souscrire à la mise en place de cette plateforme virtuelle. À la lumière de ces résultats, l'on peut aussi conclure que dans l'ensemble, les personnes interrogées ont une bonne perception de la création du hub digital pour le renforcement de la visibilité de la diplomatie culturelle togolaise dans le monde. Cette perception amène à examiner la contribution réelle du hub digital à la visibilité de la diplomatie culturelle selon les enquêtés, au regard de l'importance qu'ils leur accordent.

2.2. Contribution du hub digital à la visibilité de la diplomatie culturelle

Les enquêtés se sont prononcés sur le caractère utilitaire et fonctionnel du hub digital dans le rayonnement de la diplomatie culturelle du pays. Le graphique ci-dessous, qui contient les données obtenues par le truchement du questionnaire, fournit une vue détaillée de ces fonctions.

Graphique 1 : Répartition des enquêtés selon les fonctionnalités du hub digital



Source : Essohanam Mbou PASSOU et Ismaïlou TCHACORICO, données de terrain, 2023.

D'après le graphique ci-dessus, le hub digital procure de nombreux avantages quant à la visibilité de la diplomatie culturelle du Togo à l'étranger. Il permet de : (i) promouvoir l'art et de la culture selon 68,8% des répondants ; (ii) promouvoir le patrimoine culturel à l'international selon 82,5 % des enquêtés, (iii) rendre les œuvres culturelles et le patrimoine plus accessible aux publics selon 73,6 % des sondés ; (iv) promouvoir la dimension économique de la culture d'après 72,2 % des investigués et (v) d'exprimer sa créativité, de se forger une identité selon 43,8 % des répondants. Les entretiens individuels effectués

auprès des acteurs culturels et diplomates confirment ces résultats quantitatifs. Pour eux aussi, le hub digital constitue de nos jours le canal le plus pertinent et adapté pour promouvoir le secteur culturel ou accéder facilement aux éléments du patrimoine culturel d'un peuple. Certains sont allés plus loin dans leurs discours pour dire qu'en dehors du fait que le hub digital peut faciliter la promotion de la visibilité et l'accès à l'expression culturelle, il serait un moyen de rattrapage de l'Occident et de comblement du retard accusé par le Togo, comme l'a déclaré une fois de plus, un ancien diplomate : « *Aujourd'hui, le Togo peut rattraper son retard sur le plan de la diplomatie culturelle en optant pour la digitalisation de son offre culturelle* ». Ces résultats issus du questionnaire et des entretiens corroborent ceux de Kavoy A. (2017) qui constate, au terme de ses recherches, que les TIC ont largement facilité la promotion de la visibilité et l'accès à l'expression culturelle de la Jamaïque, notamment en ce qui concerne la présentation de la Jamaïque comme symbole d'un paradis tropical. Les mêmes constats ressortent des déclarations de Silja Fischer[3] (Secrétaire générale du Conseil international), qui soutient que les TIC favorisent un accès plus vaste aux biens culturels et aux services, mais au-delà de l'accès et de la distribution, elles permettent aux créateurs de dialoguer avec le public, de créer en commun et d'entrer en contact avec la diaspora[4]. Après la présentation des fonctions du hub digital, de façon générale, la question qu'on peut se poser est de savoir : comment les TIC en général, réellement, œuvrent à la promotion de l'art et de la culture, permettent de promouvoir le patrimoine culturel à l'international, rendent les œuvres culturelles et le patrimoine plus accessible aux publics, permettent de promouvoir la dimension économique de la culture et permettent d'exprimer sa créativité, ou de se forger une identité ?

2.3. Démonstration des fonctionnalités du hub digital

Cette section montre comment le hub contribue réellement au renforcement de l'attractivité et de la visibilité de la diplomatie culturelle. Cette analyse porte sur la mise en exergue des différents avantages du hub perçus par les répondants. Il est aujourd'hui incontournable pour l'art et la culture d'être présents sur le hub digital, et notamment les réseaux sociaux. En effet, ces derniers offrent de nombreuses opportunités à la promotion de l'art et de la diversité culturelle. Cette promotion comprend des expositions virtuelles et la facilitation des questionnements. Ainsi, à travers les différents réseaux sociaux qu'il exploite, le hub digital donne aux artistes et aux collectionneurs la possibilité de partager facilement leurs œuvres avec un public plus large ; ce qui en retour leur permet d'accroître leur visibilité et leur portée. En matière de la promotion de la visibilité du patrimoine culturel matériel et immatériel au-delà des frontières territoriales, le hub digital joue un rôle prépondérant, surtout avec la diversité de médias sociaux qu'il utilise. En effet, à travers cette diversité de médias sociaux, les promoteurs culturels peuvent largement diffuser des éléments du patrimoine culturel matériel (pratiques, représentations, expressions, connaissances et savoir-faire, instruments et artefacts) et immatériel (les sites archéologiques, les sites et monuments historiques). A ce titre, les médias sociaux (le hub

[3] UNESCO. (2015, 4 juin). La culture et les TIC, moteurs du développement durable. UNESCO.
[4] https://www.unesco.org/fr/articles/la-culture-et-les-tic-moteurs-du-developpement-durable

ISSN-L 2706-6312/ E-ISSN 2708-0633 CC BY 4.0

digital) peuvent être qualifiés de canaux de promotion très efficaces offrant plusieurs voies d'amélioration, d'information et d'interprétation du patrimoine culturel.

A l'heure de la dématérialisation généralisée, tout devient facilement accessible en ligne ou sur Internet, même les œuvres culturelles (la musique, le théâtre, la danse, les arts, etc.) et les éléments du patrimoine culturel (les monuments, les groupes de bâtiments et sites, les musées, etc.). Par exemple, grâce à internet, les utilisateurs peuvent voir ou contempler des œuvres d'art et d'expérimenter des sites touristiques inaccessibles d'un pays donné. Pour s'en convaincre, il suffit de lancer une recherche quelconque sur internet en introduisant un mot clé dans le moteur Google par exemple. Ainsi, traduisant particulièrement cette dimension fonctionnelle de l'internet, l'UNESCO (2011) soutient qu'il offre aux citoyens des chances sans précédentes d'accéder au patrimoine matériel et immatériel numérisé, qui sert de source majeure de connaissances et d'expression culturelle.

De nos jours, l'importance de l'Internet ou des réseaux sociaux dans la promotion de la dimension économique de la culture n'est plus à démonter. Au jour le jour, on assiste à des ventes et achats des produits culturels (les œuvres d'art, la musique, etc.) en ligne à travers les réseaux sociaux tels que Facebook, TikTok, YouTube, WhatsApp, Instagram, etc. au niveau local comme au niveau international. En Jamaïque par exemple, selon Kavoy A. (2017), ce type d'achat facilité par les réseaux sociaux a non seulement augmenté la vente de cette musique (ce qui est une forme de promotion musicale) mais a aussi contribué au bienfait économique du pays. L'Internet est un excellent moyen d'expression de la créativité et de l'identité des peuples. Par exemple, les utilisateurs de l'Internet, notamment les artistes, peuvent créer des produits culturels (musique, art, dessin) en ligne et mener des expériences et simulations de tous types de manière interactive avec d'autres artistes sur Internet dans l'optique de vendre leur culture.

2.4. Éléments du patrimoine culturel à promouvoir à travers le hub digital pour une visibilité de la diplomatie culturelle togolaise

De manière générale, la promotion du patrimoine culturel passe par celle du tourisme, qui depuis la fin de la deuxième guerre mondiale connaît un développement spectaculaire à travers le monde. Son poids économique peut être rapproché aujourd'hui de celui du pétrole ou de l'automobile, car il engendre près de 500 milliards de dollars de recettes tous les ans au plan mondial (S. Giraud, 2016). Il est en effet l'un des principaux exportateurs du monde aux côtés du pétrole et de l'industrie aéronautique, selon l'auteur. Par ailleurs, selon le *World Travel and Tourism Council* (WTTC), le tourisme représentait 10,1 % du PIB mondial, 10,7 % de l'investissement et 11,7 % des ressources fiscales en 2005, employant 212,2 millions de personnes, soit 11 % de l'emploi mondial. Ce secteur pèse ainsi de façon notable sur les grands équilibres économiques (emplois, investissement, équilibre des échanges extérieurs) qui constituent autant de facteurs essentiels de la croissance (N. Abaya, 2012).

En Afrique, les atouts touristiques sont énormes. L'agrément du climat, la faune sauvage, la flore, les sites archéologiques, la faible pollution (C. Heber-Suffrin, 2016), la sécurité, la promotion des infrastructures touristiques, les ressources naturelles et culturelles

(UNESCO, 2004) constituent autant d'atouts pour le développement du tourisme. Le continent africain, sur fond de prospérité générale du tourisme international, lequel a progressé de 100 millions de visiteurs au cours des trois dernières années, fait toutefois figure de parent pauvre, car n'assurant seulement que 4,4 % des recettes (http://www.rfi.fr, 2018).

Le Togo, de façon générale, se présente comme un concentré de l'Afrique dans les seules limites de son territoire. La plupart des potentialités, des atouts de tous les ordres que l'on rencontre sur le continent peuvent être, en raccourci, retrouvées au Togo (N. Abaya, 2012). Cela n'est pas moins sur le plan touristique où, partant des attractions naturelles aux curiosités architecturales en passant par les nombreuses richesses culturelles, on peut inventorier un ensemble de données à y découvrir qui exempterait le visiteur des autres destinations africaines trop spécialisées et exclusivistes (N. Abaya, 2012). Les services touristiques togolais, fort de cela, aiment à proclamer que « celui qui veut connaître l'Afrique, doit visiter le Togo ». (Marguerat y., 1981). Le pays présente sur le plan morphologique des chaînes de montagne, des collines et des zones de basses terres avec un climat diversifié. Entre le 6è et le 8è degré de latitude nord, il y a un climat tropical de type guinéen ; entre le 8è et le 11è degré, le climat tropical est de type soudanien. La végétation est constituée essentiellement de savanes. On note cependant la présence de quelques zones de forêts. Le réseau hydrographique constitué par le bassin hydrographique du Mono au sud et celui de l'Oti au nord, ainsi que du système lagunaire, est assez impressionnant. La faune sauvage et aquatique est assez diversifiée.

La diversité des hommes, dans leurs coutumes et leur architecture, constitue, sur le plan humain, une richesse pour le tourisme. L'amateur de pittoresque admirera la beauté des cases fortifiées des Tamberma appelées Tata, les rituels ésotériques des cultes vaudou, le vieil artisanat sidérurgique de Bandjeli et la couleur des grands marchés (Marguerat y., 1981). Les cases fortifiées des Tamberma sont, au demeurant, érigées en patrimoine international de l'UNESCO depuis 2004. Conscientes du rôle que le tourisme peut jouer dans le développement socio–économique et dans le souci de valoriser les nombreux atouts touristiques du pays, les autorités togolaises s'engagent de plus en plus pour la promotion du secteur. Dans les années 1970-1980, le Togo était l'une des destinations phares de l'Afrique. Le gouvernement, durant ces années, a consenti des efforts importants en mettant en place une importante infrastructure hôtelière, qui, couplée avec les atouts touristiques du pays et les nombreuses conférences internationales qui se déroulaient à Lomé, propulsaient le Togo en tête des destinations africaines. Des bureaux de représentations touristiques sont ouverts aux USA et en Europe pour promouvoir et commercialiser « la destination TOGO » (MT, 2021 : A. M. Djissodey, 2002).

Toutefois, toutes les régions du pays ne bénéficient pas de la même manière de la manne touristique. Certaines régions (la région des Plateaux par exemple) jouissent de plus d'intérêts que d'autres, en raison des atouts que présentent leurs environnements. Dans la région Maritime, il y a le littoral qui s'ouvre sur l'océan atlantique et comporte des paysages diversifiés. On y localise une côte de sable fin, bordée de cocotiers, une zone lagunaire, le lac Togo, le plateau continental, des cours d'eau, une végétation de savane, mais aussi des mangroves sur les pourtours des lagunes et dans les zones marécageuses du littoral infiltré

Revue Scientifique des Sciences du Langage, Lettres, Langues & Communication

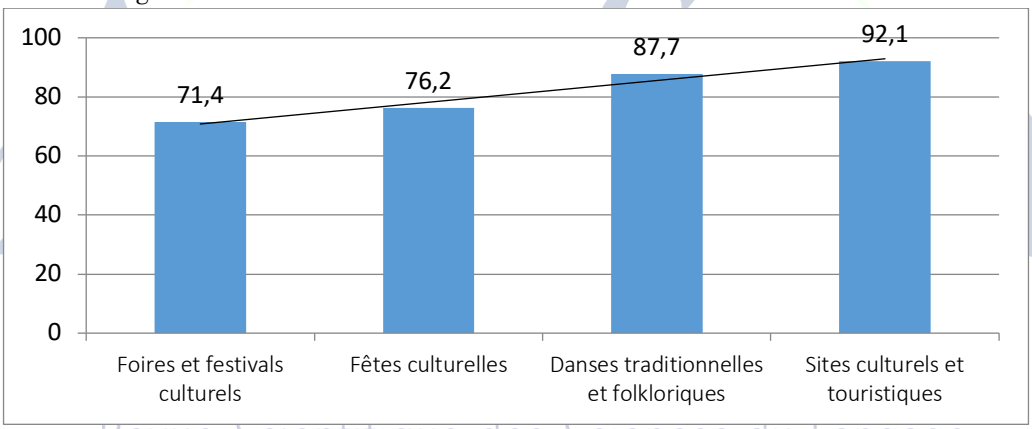
 ISSN-L 2706-6312/ E-ISSN 2708-0633 CC BY 4.0

par les eaux de mer. Il bénéficie d'un climat tropical guinéen, caractérisé par deux saisons pluvieuses (mars-juillet, septembre-octobre), alternant avec deux saisons sèches (novembre-février, août-septembre).

Dans cette région, les précipitations sont faibles à cause de l'anomalie climatique. Cette zone se distingue également par la diversité, l'accueil et le dynamisme de ses peuples, de ses mœurs, de ses coutumes, de ses chants et danses, ainsi que de son architecture. Outre les activités rurales qu'on enregistre sur toute l'étendue du territoire togolais, le littoral concentre les principales activités commerciales, financières, administratives et politiques à cause de la présence de la capitale Lomé.

Interrogés sur les éléments du riche patrimoine culturel du Togo à promouvoir à travers le hub digital, les enquêtés ont mis l'accent sur les sites culturels et touristiques (92,1 %), les danses traditionnelles et folkloriques (87,7 %), les fêtes culturelles (76,2 %) et foires et festivals culturels (71,4 %). Le graphique ci-dessous présente la répartition des enquêtés.

Graphique 3 : Répartition des enquêtés selon les éléments du patrimoine culturel à promouvoir à travers le hub digital



Source : Essohanam Mbou PASSOU et Ismaïlou TCHACORICO, données de terrain, 2023.

Il ressort du graphique que l'attractivité et la visibilité de la diplomatie culturelle du Togo nécessitent la promotion des sites culturels et touristiques, danses traditionnelles et folkloriques, fêtes culturelles, foires et festivals culturels. L'analyse de ces éléments l'un après l'autre montre les richesses culturelles du Togo, qui jusqu'alors ne sont pas valorisées comme cela se doit.

Conclusion

Au terme de notre analyse, les résultats de l'enquête mettent en évidence un constat central : le renforcement de la visibilité de la diplomatie culturelle togolaise ne saurait désormais être envisagé uniquement à partir des instruments traditionnels de l'action culturelle extérieure. Les résultats que nous avons obtenus convergent en effet vers une reconfiguration des modes de production, de diffusion et de circulation des ressources culturelles dans laquelle le numérique occupe une position stratégique. Le fort souhait de nos enquêtés pour la création d'un hub digital (83,1 %), devant l'organisation d'évènements culturels (71,2 %), la création d'un office national de diffusion artistique (68,8 %) et les autres mécanismes institutionnels proposés, traduit ainsi moins un simple engouement pour

les technologies qu'une perception du numérique comme infrastructure contemporaine de visibilité, d'attractivité et de projection internationale de la culture togolaise.

Les résultats des entretiens confortent cette interprétation : pour les acteurs interviewés, un hub digital permettrait de dépasser les limites spatiales, institutionnelles et matérielles qui ont longtemps contraint la diffusion internationale du patrimoine culturel togolais. Dans cette perspective, le numérique apparaît comme un dispositif de médiation capable de connecter les institutions culturelles, les représentations diplomatiques et consulaires, les artistes, les créateurs, les opérateurs touristiques, les universitaires, la diaspora et les publics étrangers autour d'un même espace de circulation des contenus. Le hub ne serait donc pas seulement un outil de communication institutionnelle : il pourrait constituer un écosystème numérique de diplomatie culturelle, capable d'articuler visibilité, médiation, participation, création, diffusion et valorisation économique des ressources culturelles.

L'analyse des fonctionnalités attribuées au hub confirme cette dimension multidimensionnelle. Les répondants lui reconnaissent prioritairement la capacité de promouvoir le patrimoine culturel à l'international (82,5 %), de rendre les œuvres et le patrimoine plus accessibles (73,6 %), de soutenir la dimension économique de la culture (72,2 %) et de promouvoir les arts et la culture (68,8 %). Le numérique apparaît ainsi comme un espace où la culture cesse d'être uniquement un objet de représentation pour devenir également une ressource de circulation, d'interaction et de valorisation. La possibilité d'exprimer sa créativité et de se construire une identité, retenue par 43,8 % des enquêtés, introduit en outre une dimension participative importante : la diplomatie culturelle ne serait plus exclusivement produite « par l'État pour les publics étrangers », mais pourrait progressivement être co-produite avec les acteurs culturels et les communautés qui portent les expressions culturelles togolaises.

Les résultats obtenus au sujet des éléments du patrimoine culturel togolais à promouvoir renforcent la thèse qui précède : la priorité accordée aux sites culturels et touristiques (92,1 %), aux danses traditionnelles et folkloriques (87,7 %), aux fêtes culturelles (76,2 %) ainsi qu'aux foires et festivals culturels (71,4 %) nous amène à déduire que nos enquêtés disposent d'une représentation relativement large de ce qui peut constituer une ressource de diplomatie culturelle. Pour eux, la culture togolaise doit être envisagée simultanément comme patrimoine, spectacle, expérience touristique, production artistique et support d'identification collective. Le hub digital peut dans ce cadre, transformer des ressources culturelles jusqu'alors principalement inscrites dans des espaces locaux en ressources symboliques susceptibles de circuler à l'échelle internationale.

Toutefois, les résultats de notre enquête nous invitent également à dépasser une conception techniciste du numérique : la création d'une plateforme ne garantit pas, à elle seule, l'efficacité d'une diplomatie culturelle. La visibilité numérique dépendra à notre avis de la qualité des contenus, de leur renouvellement, de leur accessibilité linguistique, de leur capacité à susciter l'interaction, de la professionnalisation des acteurs chargés de leur production et de la cohérence entre communication numérique et action culturelle de terrain. Dans la conception du hub, il doit donc être pensé non comme une simple vitrine électronique du Togo, mais comme un dispositif stratégique reposant sur une véritable

Revue Scientifique des Sciences du Langage, Lettres, Langues & Communication

 ISSN-L 2706-6312/ E-ISSN 2708-0633 CC BY 4.0

politique éditoriale, une gouvernance institutionnelle claire, une production audiovisuelle de qualité, une stratégie multilingue, une implication des diasporas et une articulation étroite avec les ambassades, les institutions culturelles, les universités, les artistes, les professionnels du tourisme et les acteurs privés.

Au final, les résultats de notre enquête nous autorisent à considérer le hub digital comme un levier potentiel de transformation de la diplomatie culturelle togolaise, à condition qu'il soit intégré à une stratégie globale et cohérente de rayonnement international. Il pourra véritablement contribuer à passer d'une diplomatie culturelle essentiellement fondée sur des manifestations ponctuelles et des dispositifs institutionnels dispersés à une diplomatie davantage continue, interactive, participative et transnationale. Le véritable enjeu n'est donc pas seulement de numériser la culture togolaise, mais de faire du numérique un espace de rencontre entre patrimoine et création contemporaine, entre acteurs institutionnels et société civile, entre territoire national et diaspora, et entre affirmation identitaire et ouverture internationale.

Références bibliographiques

Allison, A. (2006). Millennial monsters: Japanese toys and the global imagination. University of California Press.

Abaya, N. (2012). *Le tourisme et ses impacts sur le littoral togolais*. Thèse de doctorat en géographie humaine, Université de Lomé.

Bjola, C., & Manor, I. (Eds.). (2024). *The Oxford handbook of digital diplomacy*. Oxford University Press.

Cull, N. J. (2009). *Public diplomacy: Lessons from the past*. Figueroa Press.

Djissodey, A. M. (2002). *Stratégie de développement du tourisme régional au Togo : Création de syndicat d'initiative*.

Fischer, S. (2015). Déclaration sur le rôle des TIC dans l'accès aux biens et services culturels et la mise en relation des créateurs avec les publics. Dans UNESCO, *La culture et les TIC, moteurs du développement durable*. UNESCO.

Giraud, S. (2016). *Le tourisme institutionnel sur Internet : Comment séduire les touristes internautes*. Mémoire de master professionnel, Université de Poitiers.

Heber-Suffrin, C. (2016). *Du tourisme équitable à Tuili (Burkina Faso)*. Mémoire de licence professionnelle, Management des organisations de l'économie sociale, Université de Sorbonne.

Kavoy, A. (2017). *Les technologies de l'information et de la communication (TIC) et la diplomatie culturelle : L'usage des TIC dans la promotion et le développement de la stratégie culturelle de la Jamaïque*. GRIN Verlag.

Manor, I. (2019). *The digitalization of public diplomacy*. Palgrave Macmillan.

Manor, I. (2026). From digital diplomacy to AI-driven diplomacies? Mapping the potential impact of AI on diplomacy. *Place de publication et titre de revue à compléter selon la source originale*.

Manor, I., & Pamment, J. (2019). Towards prestige mobility? Diplomatic prestige and digital diplomacy. *Cambridge Review of International Affairs, 32*(2), 93–131.

Akofena
Revue Scientifique des Sciences du Langage, Lettres, Langues & Communication

Marguerat, Y. (1981). *La population des villes du Togo selon le recensement de 1970 : Étude n° 4 : Lomé et ses quartiers*. ORSTOM.

Melissen, J. (2005). *Wielding soft power: The new public diplomacy* (Clingendael Diplomacy Paper No. 2). Netherlands Institute of International Relations "Clingendael".

Nye, J. S., Jr. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. PublicAffairs.

Passou, M. E., Tchacorico, I., & Batchana, E. (2025). Fêtes, langues et dragons : La Chine à la conquête du monde. Ingénierie Culturelle, (14), 25–39.

Tchacorico, I., Gadedjisso-Tossou, A., Goka, A. A. M., & Passou, M. E. (2025). Célébrer pour convaincre : La stratégie festive des Instituts Confucius en Afrique. Ingénierie Culturelle, (14), 111–127.

UNESCO. (2015, 4 juin). *La culture et les TIC, moteurs du développement durable*. https://www.unesco.org/fr/articles/la-culture-et-les-tic-moteurs-du-developpement-durable

Revue Scientifique des Sciences du Langage, Lettres, Langues & Communication

ISSN-L 2706-6312/ E-ISSN 2708-0633 CC BY 4.0